

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: ПАНОВ Юрий Петрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 02.11.2023 12:54:45
Уникальный программный ключ:
e30ba4f0895d1683ed43800960e77389e6cbff62

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский государственный геологоразведочный университет имени Серго Орджоникидзе"

(МГРИ)

Маркетинг персонала рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Производственного и финансового менеджмента	
Учебный план	b380303_23_UP23.plx Направление подготовки 38.03.03 УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ	
Квалификация	Бакалавр	
Форма обучения	очная	
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	108	Виды контроля в семестрах: зачеты 7
в том числе:		
аудиторные занятия	64,25	
самостоятельная работа	43,75	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
	Неделя 16 5/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
Иные виды контактной работы	0,25	0,25	0,25	0,25
В том числе инт.	4	4	4	4
Итого ауд.	64,25	64,25	64,25	64,25
Контактная работа	64,25	64,25	64,25	64,25
Сам. работа	43,75	43,75	43,75	43,75
Итого	108	108	108	108

Москва 2023

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Целью изучения дисциплины «Маркетинг персонала» является :
1.2	- получение теоретических знаний и выработка практических навыков по формированию концепции маркетинга персонала на рынке труда;
1.3	- изучение обучающихся содержания и сущности, основных принципов, стратегий и инструментов маркетинга как средства для достижения определенных рыночных целей наиболее эффективными способами.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Маркетинг
2.1.2	Основы кадровой политики и кадрового планирования
2.1.3	Основы стратегического управления персоналом организации
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Государственная итоговая аттестация (подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы)

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-4: Способен к сбору информации о потребностях организации в персонале	
Знать:	
Уровень 1	ПК-4.2 Знать: общие тенденции на рынке труда в целом и в отдельной отрасли, конкретной профессии (должности, специальности), основы психологии и социологии труда, основы экономики, организации труда и управления, тарифно-квалификационные справочники работ и профессий рабочих и квалификационные характеристики должностей служащих, профессиональные стандарты
Уровень 2	Знать: качественную и количественную потребность в персонале
Уметь:	
Уровень 1	ПК-4.5 Уметь: работать в информационных системах, использовать цифровые услуги и сервисы по сбору, анализу и структурированию потребности организации в кадрах, консультировать сотрудников и руководителей организации по вопросам рынка труда и обеспечения персоналом, формировать предложения по автоматизации и цифровизации операций и процессов сбора потребности в персонале характеризующих деятельность организации
Уровень 2	Знать: качественную и количественную потребность в персонале Уметь: использовать цифровые услуги и сервисы по сбору, анализу и структурированию потребности организации в кадрах
Владеть:	
Уровень 1	ПК-4.8 Владеть: анализом рынка труда и персонала организации по профилю вакантной должности (профессии, специальности)
Уровень 2	Владеть: методами анализа потребности организации в персонале

ПК-5: Способен к поиску, привлечению, подбору и отбору персонала	
Знать:	
Уровень 1	ПК-5.1 Знать: источники обеспечения организации персоналом, технологии, методы и методики проведения анализа, систематизации документов и информации, системы, методы и формы материального и нематериального стимулирования труда персонала, технологии и методы формирования и контроля бюджетов организации, технологии и методики поиска, привлечения, подбора и отбора персонала
Уровень 2	Знать: методы и формы материального и нематериального стимулирования труда персонала, технологии и методы формирования и контроля бюджетов организации, технологии и методики поиска, привлечения, подбора и отбора персонала
Уметь:	
Уровень 1	ПК-5.4 Уметь: определять критерии поиска, привлечения, подбора и отбора персонала, собирать, анализировать и структурировать информацию о кандидатах и предложениях на рынке труда, работать с поисковыми системами, информационными ресурсами и цифровыми сервисами в области обеспечения персоналом, формировать предложения по автоматизации и цифровизации процессов поиска и привлечения персонала, применять технологии и методики поиска, привлечения, подбора и отбора кандидатов на вакантные должности (профессии, специальности) в соответствии с их спецификой
Уровень 2	Уметь: интерпретировать полученные в ходе маркетинговых исследований предложения рынка труда по кандидатам, используя

	цифровизацию процессов поиска и привлечения персонала
Владеть:	
Уровень 1	ПК-5.9 Владеть: подготовка предложений по формированию бюджета на поиск, привлечение, подбор и отбор персонала, информирование и консультирование руководителей подразделений и организации по вопросам привлечения персонала с оценкой затрат
Уровень 2	Владеть: методами и приемами современного инструментария для проведения анализа по поиску и подбору персонала, информирование и консультирование руководителей подразделений и организации по вопросам привлечения персонала с оценкой затрат

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	- основы маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умеет применять их на практике;
3.1.2	- основы разработки и внедрения требований к должностям, критериев подбора и расстановки персонала и умеет применять их на практике
3.2	Уметь:
3.2.1	- составлять описания функционала сотрудников и подразделений разного уровня (карты компетенций, должностные инструкции и т.д.)
3.3	Владеть:
3.3.1	- навыками анализа конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала;
3.3.2	- навыками сбора информации для анализа рынка образовательных, консалтинговых и иных видов услуг в области работы с персоналом.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Маркетинг персонала						
1.1	Тема 1 Необходимость, сущность и место маркетинга персонала в кадровой политике организации /Лек/	7	2	ПК-5 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
1.2	Тема 1 Необходимость, сущность и место маркетинга персонала в кадровой политике организации /Пр/	7	2	ПК-5 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
1.3	Тема 1 Необходимость, сущность и место маркетинга персонала в кадровой политике организации /СР/	7	7	ПК-5 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
1.4	Тема2 Маркетинговые исследования рынка труда /Лек/	7	6	ПК-5 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
1.5	Тема2 Маркетинговые исследования рынка труда /Пр/	7	6	ПК-5 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	

1.6	Тема2 Маркетинговые исследования рынка труда /СР/	7	7	ПК-5 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
1.7	Тема3 Сегментация рынка и исследование системных партнеров /Лек/	7	6	ПК-5 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
1.8	Тема3 Сегментация рынка и исследование системных партнеров /Пр/	7	6	ПК-5 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
1.9	Тема3 Сегментация рынка и исследование системных партнеров /СР/	7	7	ПК-5 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
1.10	Тема 4. Маркетинговое планирование потребности в персонале /Лек/	7	6	ПК-5 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
1.11	Тема 4. Маркетинговое планирование потребности в персонале /Пр/	7	6	ПК-5 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	2	
1.12	Тема 4. Маркетинговое планирование потребности в персонале /СР/	7	7	ПК-5 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	2	
1.13	Тема5. Коммуникационная политика в маркетинге персонала /Лек/	7	6	ПК-5 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
1.14	Тема5. Коммуникационная политика в маркетинге персонала /Пр/	7	6	ПК-5 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
1.15	Тема5. Коммуникационная политика в маркетинге персонала /СР/	7	7	ПК-5 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
1.16	Тема 6 Конкурентоспособность стратегии маркетинга в области подбора и привлечения персонала /Лек/	7	6	ПК-5 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	

1.17	Тема 6 Конкурентоспособность стратегии маркетинга в области подбора и привлечения персонала /Пр/	7	6	ПК-5 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
1.18	Тема 6 Конкурентоспособность стратегии маркетинга в области подбора и привлечения персонала /СР/	7	8,75	ПК-5 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
1.19	Иные виды контактной работы /ИВКР/	7	0,25	ПК-5 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

5.1. Контрольные вопросы и задания

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ

К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ - ЗАЧЕТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Маркетинг персонала»

1. Общее понятие маркетинга. Маркетинг персонала как вид человеческой деятельности.
2. Маркетинг персонала и его цели.
3. Функции маркетинга персонала.
4. Направления маркетинговой деятельности.
5. Основные этапы маркетинговой деятельности в области персонала.
6. Внешние и внутренние факторы, влияющие на персонал - маркетинг.
7. Влияние организационной культуры на формирование и функционирование персонал маркетинга.
8. Роль и место персонала маркетинга в управлении наймом персонала.
9. Кадровые структуры как производственные подразделения по обеспечению организации персоналом.
10. Кадровые структуры как сервисные подразделения для клиентов (сотрудников и руководства организаций). Их роль и значение.
11. Разработка профессиональных требований к персоналу.
12. Требования к должности и определение стандарта кандидата.
13. Должностные инструкции. Основные требования к их разработке.
14. Цели и задачи кадрового планирования.
15. Методы определения потребностей в персонале.
16. Планирование количественной и качественной потребности в персонале.
17. Денежная оценка трудовых ресурсов организации.
18. Задачи менеджера при комплектовании кадров.
19. Комплектование персонала за счет внешних и внутренних источников.
20. Посредничество в комплектовании организаций персоналом.
21. Маркетинг персонала и внешний рынок труда.
22. Реклама и ее роль в осуществлении кадрового маркетинга.
23. Связь с общественностью в системе кадрового маркетинга.
24. PR –технологии и их применение в маркетинге персонала.
25. Информационные технологии в кадровом маркетинге.
26. Интернет и его роль в системе маркетинговой деятельности организации.
27. Сущность и содержание саморекламы персонала.
28. Конкурентоспособность работника и ее характеристики.

Задания для текущего контроля представлены в Приложении 1.

5.2. Темы письменных работ

К письменным работам по дисциплине «Маркетинг персонала» относятся тестовые задания, реферат, эссе.

Темы эссе:

- 1. Маркетинг персонала как метод управления предприятием.
- 2. Сущность и функции маркетинга и маркетингового управления в кадровом менеджменте.
- 3. Формирование и развитие маркетинговых подходов к управлению персоналом.
- 4. Обучение и развитие персонала как элементы коммуникационной функции.
- 5. Учет маркетинговой информации в управлении персоналом.

- 6. Источники и формы обеспечения предприятия кадровой информацией.
- 7. Требования, предъявляемые к профессии, должности и рабочему месту при отборе кандидатов на вакантные должности.
- 8. Сущность и направления исследования рынка труда.

Тематика рефератов:

1. Реальный и виртуальный рынок товаров и услуг.
2. Вопросы управления виртуальной организацией.
3. Сравнительный анализ традиционной, сервисной, информационной и сетевой экономики.
4. Структура виртуальной организации и виртуального пространства.
5. Человеческий капитал в виртуальном мире.
6. Трудовой потенциал работника как основное богатство предприятия.
7. Роль нематериального капитала в виртуальной организации.
8. Необходимость психологизации управления предприятием.
9. Организация службы управления персоналом в виртуальной организации.
10. Мотивация персонала в виртуальной организации.
11. Формирование спроса и предложения в виртуальном пространстве.
12. Сравнение функций, знаний и умений традиционного менеджера и виртуального менеджера.
13. Конкуренция в виртуальном мире.
14. Создание культуры виртуального менеджмента.
15. Стресс и конфликты в трудовом коллективе виртуальной организации и столкновение интересов в виртуальном пространстве.

5.3. Оценочные средства

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг персонала» обеспечена оценочными средствами для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, включающими контрольные вопросы для проведения промежуточной аттестации, критерии оценивания учебной деятельности обучающихся по балльно-рейтинговой системе, примеры заданий для практических занятий, билеты для проведения промежуточной аттестации.

Все оценочные средства представлены в Приложении 1.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Оценочные средства разработаны для всех видов учебной деятельности студента – лекционных занятий, практических занятий, самостоятельной работы и промежуточной аттестации.

Оценочные средства представлены в виде:

средств текущего контроля: проверки решений тестовых заданий, проверки домашнего задания, собеседования по теме, защита реферата, написание эссе;

средств итогового контроля – промежуточной аттестации: зачета в 7 семестре

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**6.1. Рекомендуемая литература****6.1.1. Основная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	З.М. Назарова, Г.А. Мамед-заде, В.И. Шендеров, Ю.В. Забайкин	Конкурентоспособность и эффективность предприятий в современных условиях [Электронный ресурс МГРИ]: учебное пособие по направлению подготовки 38.06.01 «Экономика»	М.: МГРИ-РГГРУ, 2017
Л1.2	Назарова З.М., Забайкин Ю.В., Устинов А.А., Анисимов П.Ф., Лютягин Д.В., Богачев М.Ю., Харламов М.Ф., Шендеров В.И., Радионов А.В., Дамачкин С.Г., Евсеева Е.В., Якунин М.А.	Логистика: учебник	М.: Научные технологии, 2018
Л1.3	Леонов О. А., Темасова Г. Н., Вергазова Ю. Г.	Управление качеством: учебник	Санкт-Петербург: Лань, 2019

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Ганицкий В. И., Велесевич В. И.	Менеджмент горного производства	М.: ГЕОС, 2004

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.2	Багиев Г. Л., Тарасевич В. М., Анн Х.	Маркетинг	М.- СПб.- Нижний Новгород. - Воронеж.- Ростов-на-Дону.- Екатеринбург.- Самара.- Новосибирск.- Киев.- Харьков.- Минск: Питер, 2007
6.1.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Назарова З. М., Устинов А. А.	Практикум по дисциплине "Маркетинг". В 2 ч. Ч.1. Конкурентоспособность товаров [Электронный ресурс МГРИ]: практикум	М.: МГРИ-РГГРУ, 2015
Л3.2	Назарова З. М., Устинов А. А.	Практикум по дисциплине "Маркетинг". В 2 ч. Ч. 2. Ценообразование в маркетинге [Электронный ресурс МГРИ]: практикум	М.: МГРИ-РГГРУ, 2015
Л3.3	Назарова З. М., Забайкин Ю. В., Леонидова Ю. А.	Маркетинг минерального сырья [Электронный ресурс МГРИ]: учебное пособие	М.: МГРИ-РГГРУ, 2018
Л3.4	Назарова З.М., Забайкин Ю.В., Леонидова Ю.А.	Маркетинг персонала [Электронный ресурс МГРИ]: учебно- методический комплекс	М.: МГРИ, 2020
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	Электронно-библиотечная система «Лань»		
Э2	Электронная библиотечная система «Юрайт»		
Э3	Электронная библиотечная система «Библио Тех»		
Э4	Научная электронная библиотека eLibrary / База данных научных электронных журналов «eLibrary»		
Э5	Издательство с доступом к реферативным и полнотекстовым материалам журналов и книг Wiley		
Э6	Федеральный портал «Российское образование», Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»		
6.3.1 Перечень программного обеспечения			
6.3.1.1	Office Professional Plus 2019		
6.3.1.2	Project Professional 2016		
6.3.1.3	Windows 10		
6.3.1.4	Webinar. Версия 3.0	Экосистема сервисов для онлайн-обучения и коммуникаций.	
6.3.1.5	ПО Авторасписание AVTOR M	Автоматизация управления учебным процессом. Составление расписания занятий и сопровождение их в течение всего учебного года.	
6.3.1.6	ПО "Интерне- расширение информационной системы"	Автоматизация управления учебным процессом. Интернет-расширение представляет собой динамический сайт, подключаемый к единой базе данных ИС «Деканат», «Электронные ведомости», «Планы». Данная подсистема обеспечивает:	
6.3.1.7	ПО ""Визуальная студия тестирования"	Автоматизация управления учебным процессом. Позволяет автоматизировать контроль знаний студентов, включая создание набора тестовых заданий, проведение тестирования студентов и анализ результатов.	
6.3.1.8	ПО "Электронные ведомости"	Автоматизация управления учебным процессом. Предназначена для учета и анализа успеваемости студентов.	
6.3.2 Перечень информационных справочных систем			
6.3.2.1	Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»		
6.3.2.2	Международная научная база данных издательства "Wiley"		
6.3.2.3	Международная реферативная база данных "Web of Science Core Collection"		
6.3.2.4	База данных научных электронных журналов "eLibrary"		
6.3.2.5	Электронно-библиотечная система "Лань" Доступ к коллекциям электронных изданий ЭБС "Издательство "Лань"		
6.3.2.6	Электронно-библиотечная система «Книжный Дом Университета» ("БиблиоТех")		

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)			
Аудитория	Назначение	Оснащение	Вид
5-45	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, практических и семинарских.	Специализированная мебель: Набор учебной мебели на 36 посадочных мест (столы - 18 шт., стулья - 34 шт.); стол преподавательский - 1 шт., стул преподавательский - 0 шт.; доска интерактивная 1 - шт.; доска меловая - 1 шт.	
5-21	Аудитория для лекционных, практических и семинарских занятий.	Специализированная мебель: набор учебной мебели на 46 посадочных мест; стол преподавательский 2 шт., стул преподавательский 1 шт.; комплект оборудования для демонстрации презентаций и видеоконференций; доска интерактивная - 1 шт.; доска меловая - 1 шт., экран - 1 шт., шкаф для учебной методической литературы - 4 шт.	

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
<p>Методические указания по изучению дисциплины «Маркетинг персонала» представлены в Приложении 2 и включают в себя:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Методические указания для обучающихся по организации учебной деятельности. 2. Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся. 3. Методические указания по организации процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.